

## Étude sur la réputation des entreprises 2017 – Les Canadiens ne sont pas passifs; ils ne pardonnent pas rapidement aux marques

Toronto (Ontario), le vendredi 12 mai 2017 – En 2017, Google, Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et Canadian Tire sont les entreprises les plus admirées au Canada, alors que le fabricant de ketchup Heinz et la firme de téléphones intelligents Samsung ont glissé dans le classement par rapport à l’an dernier, selon l’étude sur la réputation des entreprises réalisée par le Cabinet de relations publiques NATIONAL et la firme de recherche et de stratégie marketing Léger.

Les résultats de la vingtième étude sur la réputation des entreprises réalisée par Léger viennent d’être publiés. C’est la deuxième année que NATIONAL s’associe à Léger pour la réalisation de cette étude qui établit chaque année le palmarès des entreprises selon leur réputation, et la première année que le *Report on Business* du *Globe and Mail* en est le partenaire média.

« Au cours des 20 dernières années, nous avons constaté que très peu d’entreprises réussissent à se sortir rapidement d’une crise et à récupérer ce qu’elles ont perdu en termes de capital de marque, explique Christian Bourque, vice-président exécutif et associé chez Léger. Les résultats du sondage réalisé cette année sont très convaincants pour ce qui est de démontrer que les Canadiens ne sont pas passifs dans le jugement qu’ils portent sur les entreprises et qu’ils ne pardonnent pas rapidement. Alors que la confiance et l’authenticité deviennent des facteurs de plus en plus dominants quand il est question de capital de marque, regagner la confiance du public n’est pas une mince affaire. »

Quant à Google, cette entreprise se hisse en tête du classement du sondage pour une cinquième année de suite. Parmi les dix entreprises jouissant de la meilleure réputation au Canada figurent Tim Hortons, Dollarama, Staples/Bureau en gros, Sony, Kellogg, la Compagnie Campbell du Canada et Home Depot.

Toutefois, Heinz a glissé dans le classement, passant du deuxième rang en 2016 à la 23<sup>e</sup> position cette année. Les fermetures d’usines et les licenciements ont entraîné beaucoup d’incertitude et de bouleversements pour cette entreprise. Pour sa part, Samsung, qui se classait au septième rang au cours des deux années précédentes, a chuté au 24<sup>e</sup> rang. Cette chute s’explique par les problèmes qu’ont connus ses téléphones intelligents, qui surchauffaient et s’enflammaient.

« Ce qui est très évident aujourd’hui, encore plus qu’à n’importe quel moment depuis que Léger a entrepris ses sondages sur la réputation, est que les entreprises doivent pouvoir faire face à l’analyse des journalistes, des clients, des organismes de réglementation et d’un nombre toujours croissant d’actionnaires, dans un environnement de médias sociaux où les gens sont toujours allumés et prêts à intervenir jour et nuit, fait remarquer Kim West, associée et chef de la direction client au bureau de NATIONAL à Toronto. C’est un monde où il est très difficile de passer inaperçu. »

Partenaire sûr. Regard neuf.<sup>MC</sup>

Les responsables de l'étude concluent que, si l'on décortique les résultats par secteur, la réputation des entreprises qui évoluent dans le domaine du divertissement et dans le secteur industriel sont moins appréciées, comparativement aux brasseries et aux constructeurs d'automobiles, qui ont de plus en plus la cote auprès du public.

Volkswagen est un bel exemple de renouvellement de la confiance envers l'industrie automobile.

L'an dernier, Volkswagen était la grande perdante dans le sondage sur la réputation, après qu'on eut découvert qu'elle avait triché aux tests sur les émissions.

Toutefois, depuis la catastrophe qui l'a frappée en termes de relations publiques, Volkswagen a déployé des efforts afin de rétablir sa marque; en effet, le constructeur a rebondi, passant du 266<sup>e</sup> rang au 164<sup>e</sup> rang cette année.

L'étude de 2017 consacrée à la réputation porte sur 234 entreprises. Seules les entreprises qui assurent une présence dans l'ensemble des régions canadiennes ont été prises en compte dans le classement.

Pour télécharger le rapport: <http://www.corporatereputationstudy.com/>

#### **À PROPOS DE LÉGER RECHERCHE STRATÉGIE MARKETING**

Léger est la plus grande firme de sondage, de recherche et de stratégie marketing à propriété canadienne, avec plus de 600 employés répartis dans ses bureaux de Montréal, Québec, Toronto, Edmonton et Calgary, au Canada, et de Philadelphie, aux États-Unis. Grâce à son appartenance au réseau WIN (Worldwide Independent Network of Market Research), dont les partenaires sont répartis dans plus de 100 pays, Léger est non seulement la plus grande entreprise de son secteur détenue par des intérêts canadiens, mais aussi une marque reconnue à l'échelle internationale.

Léger offre à ses clients un savoir-faire et une expérience uniques dans les secteurs des études de marché et des technologies de l'information, de même que des services conseils en affaires et en stratégie dans les domaines de la satisfaction des clients, du positionnement, de la gestion de la marque, de l'efficacité des communications, de la réputation des entreprises, de l'acceptabilité sociale, de la gestion de crises et de l'expérience client. Pour des renseignements complémentaires sur Léger, consultez le site Web de l'entreprise, <http://www.leger360.com/fr-ca/home>.

#### **À PROPOS DU CABINET DE RELATIONS PUBLIQUES NATIONAL**

Au Cabinet de relations publiques NATIONAL, notre rôle consiste à mettre les clients en relation avec les gens qui importent, à travers les bons messages, livrés au bon moment. Grâce à la recherche, aux perspectives uniques qui en découlent et à une profonde compréhension des secteurs d'activité, nous élaborons des solutions créatives, capables de mobiliser les gens dans

N|A|T|I|O|N|A|L

Partenaire sûr. Regard neuf.<sup>MC</sup>

la réflexion et l'action. Depuis 40 ans, nous sommes au cœur d'enjeux et d'industries clés, à créer le changement pour aujourd'hui et pour demain.



NATIONAL est la plus importante firme-conseil en relations publiques au Canada, desservant des clients dans un large éventail de secteurs, avec des bureaux à Vancouver, Calgary, Toronto, Ottawa, Montréal, Québec, Saint John, Halifax et Saint-Jean. NATIONAL possède NATIONAL Equicom, chef de file de l'industrie en relations investisseurs et communication financière; AXON Communications, une firme d'experts dans le secteur de la santé, dont les bureaux sont situés à New York, Toronto, Londres et Copenhague; Madano, une firme-conseil de premier plan établie à Londres; et SHIFT Communications, une agence de communication intégrée avec des bureaux à Boston, San Francisco, New York et Austin. NATIONAL fait partie du Groupe conseil RES PUBLICA et, à l'échelle internationale, est affilié à Burson-Marsteller, compagnie membre du groupe WPP. Pour plus de renseignements sur NATIONAL, visitez notre site Web [www.national.ca](http://www.national.ca) ou [suivez-nous sur Twitter](#).

## RENSEIGNEMENTS

Contact francophone: Marc Poisson

[mpoisson@national.ca](mailto:mpoisson@national.ca) | +1 (514) 843-2366

Contact anglophone: Suzanne Diab

[sdiab@national.ca](mailto:sdiab@national.ca) | +1 (416) 848-1399